

סילבוס - תוכנית הוראה לקורס

שם הקורס

שם המרצה | שם המחלקה

Course name in English | מס הקורס

איכות השירות 55-842

דר' ענת עקה זוהר

שיעור (שיעור, תרגיל, סמינר, סדנה, מעבדה וכד')

2 נ"ז

תשפ"ה

ב

יום שישי 8:00-10:00

—

Anat243@gmail.com

/https://lemida.biu.ac.il

סוג הקורס:

היקף נ"ז:

שנת לימודים:

סמסטר:

יום ושעה

שעת קבלה:

מייל מרצה:

קישור לאתר למדה:



תיאור הקורס ומטרות למידה

תקציר הקורס

הקורס עוסק בתיאוריות מתקדמות, מודלים וכלים פרקטיים לניהול איכות השירות בארגונים מודרניים. הקורס משלב היבטים אסטרטגיים וטקטיים של ניהול השירות, תוך התמקדות בשיפור חווית הלקוח, מדידת איכות השירות, וניהול ממשקי שירות בעידן הדיגיטלי. דגש מיוחד יושם על אתגרי איכות השירות בסביבה רב-ערוצית ובשילוב טכנולוגיות מתקדמות.

מטרות/תוצרי הלמידה

בקורס ילמדו מושגי יסוד באיכות השירות. יוצגו שיטות לקידום השירות תוך דגש על מדידה ושיפור תהליכים.

ידע

1. הלומדים יכירו ויתארו כיצד מוגדרת ונמדדת איכות השירות בארץ ובעולם וכירו מערכי מדידה מרכזיים בתחומי תעשייה נבחרים
2. הלומדים יוכלו ליישם מתודולוגיות מתקדמות למדידת איכות השירות
3. הלומדים יוכלו לזהות ולפתור בעיות מורכבות בתהליכי שירות
4. הלומדים יוכלו לפתח תכניות לשיפור חווית הלקוח בנקודות מגע שונות
5. הלומדים יוכלו לנהל ולשפר תהליכי שירות בסביבה דיגיטלית ורב-ערוצית
6. הלומדים יוכלו להוביל תהליכים לשימור לקוחות
7. הלומדים יוכלו להוביל תהליכי שינוי בתרבות השירות הארגונית
8. הלומדים יוכלו לנהל משברי שירות לרבות משברים תקשורתיים

מיומנויות

1. הלומדים ינתחו ויתכננו אסטרטגית שירות ארגונית מקיפה
2. הלומדים יעריכו תכנית לניטור מדדי שירות



למידה פעילה - תכנון מהלך השיעורים:

מס' השיעור	נושא השיעור	למידה פעילה	קריאה/ צפיה נדרשת	הערכה תהליכית/ מעצבת
1	מבוא לאיכות השירות	הגדרות, חשיבות איכות השירות בעולם התעשייה, תיאוריות מרכזיות לקידום איכות השירות		
2	מודלים לקידום איכות השירות	למידת המודלים המובילים בעולמות השירות. KANO, SERVQUAL, E-S QUAL, SERVPERF, MODEL	1,2,3,4	

			דוגמאות ליישום המודלים בעולמות התעשייה		
			תפקיד המנהיגות בטיפול תרבות שירות מאפייני תרבות ארגונית ממוקדת לקוח אסטרטגיות לשינוי תרבותי בארגוני שירות מדידת והערכת תרבות השירות בארגון	תרבות ארגונית ואיכות שירות: פיתוח וטיפול תרבות ממוקדת לקוח	3
	13		שיטות כלים וניתוח נתונים. סקרי שביעות רצון לקוחות ומטופלים מדדי NPS (Net Promoter Score) ו- CES (Customer Effort Score) שיטות איכותניות: ראיונות עומק, קבוצות מיקוד ניתוח נתונים: סטטיסטיקה תיאורית וניתוח רב-משתני פערי שירות בין תפיסת הלקוח לתפיסת נותן השירות *חלוקת עבודה לביצוע בקבוצות	מדידת איכות השירות	4
	9,10		עקרונות Lean בשיפור תהליכי שירות מתודולוגיית Six Sigma ויישומה בשירות כלים לניתוח ושיפור תהליכים: מיפוי זרימת ערך, דיאגרמת פארטו יישום שיפור מתמיד בארגוני שירות ובמערכות בריאות	ניהול תהליכים ושיפור מתמיד של איכות השירות	5
	7,8		שירות רב-ערוצי ואומני-ערוצי בינה מלאכותית וצ'טבוטים בשירות לקוחות שירותים דיגיטליים אבטחת מידע ופרטיות בשירותים דיגיטליים ניהול ממשקי שירות בעידן הדיגיטל השפעת רשתות חברתיות על איכות השירות	איכות שירות בעידן הדיגיטלי: אתגרים והזדמנויות	6
	5,6		מיפוי מסע הלקוח (Customer Journey Mapping) נקודות מגע קריטיות בחוויית הלקוח פרסונות לקוח ושימוש בהן לשיפור השירות אסטרטגיות לשיפור חוויית הלקוח בתעשייה ובבריאות	ניהול חוויית לקוח	7
	12		תהליכי טיפול בתלונות לקוחות ומטופלים אסטרטגיות לשיקום שירות (Service Recovery)	ניהול תלונות ומשברי	8

			ניהול משברי שירות ותקשורת במצבי משבר למידה ארגונית מתלונות ומשברים לשיפור השירות משברים תקשורתיים	שירות: אסטרטגיות לשימור לקוחות ושיקום אמון	
	11		שימוש ב IoT-(האינטרנט של הדברים) וב AI לשיפור השירות מציאות רבודה ומציאות מדומה בחוויית הלקוח ניתוח Big Data לשיפור תהליכי שירות ופרסונליזציה מודלים חדשניים של שירות: שירות עצמי, שירות משותף (Co-creation)	חדשנות באיכות השירות: טכנולוגיות מתקדמות ומודלים חדשניים	9
			תקנים בינלאומיים לאיכות שירות (כגון ISO 9001) השפעת רגולציה על תהליכי שירות ומדידת איכות אתגרים ביישום תקנים ורגולציה בארגוני שירות	רגולציה ותקינה באיכות שירות: השוואה בין תעשייה למערכות בריאות	10
			דילמות אתיות בשירות לקוחות ובטיפול במטופלים אחריות חברתית תאגידית (CSR) ושירות לקוחות שוויון וצדק בנגישות לשירותים	אתיקה ואחריות חברתית באיכות שירות	11
			תקשורת אפקטיבית עם לקוחות במגוון ערוצים שפה ומסרים בשירות: התאמה לקהלי יעד שונים תקשורת מילולית ובלתי מילולית בשירות אמפתיה ואינטליגנציה רגשית בתקשורת שירותית תקשורת בין-תרבותית בשירות גלובלי	תקשורת בשירות	12
		הצגת הסטודנטי ם בכיתה		הצגת עבודות וסיכום הקורס	13
					14

*ייתכנו שינויים בסילבוס בהתאם לקצב ההתקדמות ואפקטיביות הלמידה

משקל בציון הסופי	תיאור התוצר
80% מהציון הסופי	מבחן
20% מהציון הסופי	עבודת הגשה והצגה בכיתה

דרישות הקורס

נוכחות בלפחות 85% מהשיעורים
הגשת עבודה והצגתה בכיתה
מבחן

דרישות קדם

שם הקורס	מס' הקורס
	אין

ביבליוגרפיה: תכנים לקריאה, צפיה והאזנה (רצוי עדכני)

חובה:

1. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
2. Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
3. Kano, N., Seraku, N., Takahashi, F., & Tsuji, S. (1984). Attractive quality and must-be quality. *Hinshitsu (Quality, The Journal of Japanese Society for Quality Control)*, 14, 39-48.
4. Ladhari, R. (2009). A review of twenty years of SERVQUAL research. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(2), 172-198. □
5. Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69-96.
6. McColl-Kennedy, J. R., Zaki, M., Lemon, K. N., Urmetzer, F., & Neely, A. (2019). Gaining customer experience insights that matter. *Journal of Service Research*, 22(1), 8-26.

7. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213-233.
8. Ostrom, A. L., Parasuraman, A., Bowen, D. E., Patrício, L., & Voss, C. A. (2015). Service research priorities in a rapidly changing context. *Journal of Service Research*, 18(2), 127-159.
9. Antony, J. (2006). Six Sigma for service processes. *Business Process Management Journal*, 12(2), 234-248.
10. Womack, J. P., & Jones, D. T. (2005). Lean consumption. *Harvard Business Review*, 83(3), 58-68.
11. Rane, J., Kaya, O., Mallick, S. K., & Rane, N. L. (2024). Enhancing customer satisfaction and loyalty in service quality through artificial intelligence, machine learning, internet of things, blockchain, big data, and ChatGPT. In *Generative Artificial Intelligence in Agriculture, Education, and Business* (pp. 84-141). Deep Science Publishing.
12. Smith, A. K., Bolton, R. N., & Wagner, J. (1999). A model of customer satisfaction with service encounters involving failure and recovery. *Journal of Marketing Research*, 36(3), 356-372.
13. Baquero, A. Net Promoter Score (NPS) and Customer Satisfaction: Relationship and Efficient Management. *Sustainability* **2022**, 14, 2011.

קריאת רשות

14. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
15. Fitzsimmons, J. A., Fitzsimmons, M. J., & Bordoloi, S. K. (2014). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology* (8th ed.). McGraw-Hill Education.